

中国大陆民众赴香港旅游研究综述^{*}

郭安禧, 黄福才

(厦门大学, 福建厦门 361005)

摘要: 中国香港、英国、美国等地旅游学者对中国大陆民众赴香港旅游进行了不少研究, 并在《Tourism Management》等英文学术期刊上发表了一系列的研究成果。本文从大陆民众赴港旅游动机、旅游感知、消费行为、旅游预测等4个方面对这些研究成果进行了梳理和回顾, 并对未来研究方向进行了展望。

关键词: 大陆民众; 赴港旅游; 旅游动机; 旅游感知; 消费行为

一、引言

香港作为旅游目的地拥有雄厚的竞争实力。据《2011年世界旅游业竞争力报告》, 依照政策与制度、旅游基础设施、自然和人文资源等14项评价指标, 香港的竞争力在全球参评的139个国家和地区中位居第12位, 在亚太地区仅次于新加坡居于第2位 (Blanke & Chiesa, 2011)。凭借地处珠江入海口、购物和美食天堂、中西方文化完美结合等地理区位和资源优势, 香港每年吸引众多来自中国大陆、中国台湾、日本、美国、澳大利亚等地游客入境旅游, 是世界上最受欢迎的旅游目的地之一 (Mok et al, 1991; Qu & Zhang, 1997; Song et al, 2003; Tasci & Denizci, 2010)。

由于与出游其他国家或地区相比, 赴香港旅游具有距离近、成本低、行程易调控等优势, 许多大陆民众出境旅游时偏好选择香港作为目的地。近年随着大陆民众生活水平的提高、闲暇时间的增多、赴港自由行政策的实行以及两地之间经贸、文化等往来日益频繁, 大陆超越日本和中国台湾, 成为香港入境旅游最大的客源地。据香港政府统计处资料, 2004~2010年大陆赴港旅游人次均占其入境旅游人次总量的半数以上 (Hong Kong Census and Statistics Department, 2011)。大陆客源市场成为推动香港入境旅游不断发展的一支重要力量 (Zhang & Chow, 2004; Law et al, 2008)。

大陆民众赴港旅游的发展引起香港本地以及英、

美等国旅游学者的研究兴趣。他们在《Tourism Management》、《Journal of Travel Research》、《International Journal of Hospitality Management》等英文学术期刊上发表了一批与之相关的论文, 不仅丰富了该领域的理论研究成果, 也为香港的旅游实践提供了可贵的智力支撑。比较而言, 大陆学者在这一领域的研究成果甚少, 在国外学术期刊上罕见有相关的成果发表, 在国内核心期刊上也仅有数篇学术论文 (检索日期: 2011.12.8), 突显出大陆旅游学者对“民众赴港旅游”关注的严重失衡。随着大陆出境旅游的持续发展以及关注“出境旅游”呼声的高涨, 大陆民众赴港旅游将是旅游学界关注的一个重点领域。为了推动大陆在该领域研究的发展, 我们对发表于《Tourism Management》等英文学术期刊上的有关中国大陆民众赴香港旅游的文献进行了梳理和回顾, 并指出了未来研究的方向。

在阅读和整理从SDOL、SAGE等英文学术期刊数据库所得的相关文献的过程中, 我们发现学者们的研究重点主要集中在大陆民众赴港旅游动机、旅游感知、消费行为、旅游预测等4个方面。因此, 本文在接下来的结构安排上, 我们将围绕这4个研究重点依次进行文献回顾和评述。

二、大陆民众赴港旅游动机

广东与香港地域相邻, 不少民众有亲友在香港定居, 改革开放之后又领全国之先富裕起来, 因此相比大陆其他省区而言, 其民众赴港旅游拥有更多的优势

作者简介: 郭安禧 (1977-), 男, 江西吉安人, 博士研究生, 研究方向为旅游市场营销; 黄福才 (1947-), 男, 福建泉州人, 教授, 博士生导师, 研究方向为旅游基础理论与旅游市场。

^{*} 基金项目: 本研究受中央高校基本科研业务费专项资金项目 (2011221046) 和国家旅游局规划项目 (11TACG016) 资助

和条件 (Hsu & Crofts, 2006)。事实上,广东也正是凭借这些地缘、亲缘等优势为香港输送了第一批来自大陆的游客 (Chow, 1988)。学者们研究大陆民众赴港旅游动机即从赴港广东游客开始。

(一) 广东民众赴港旅游动机

二十世纪八、九十年代,大陆赴港游客主要来自改革开放的前沿省份广东省,因而广东民众赴港旅游动机最先受到学术界的关注。Chow (1988) 根据1985年赴港广东游客的统计资料,指出他们赴港旅游的动机主要包括购物、度蜜月、探亲访友、观光游览等类型。但Chow的研究是以第二手资料为基础,并且没有进行深入的分析。Zhang和Lam (1999)在资料来源和研究方法上作了改进。他们通过市场调查获取第一手资料,依据推拉模型(push and pull model)从推动因素(push factor)和拉动因素(pull factor)两个维度对大陆民众赴港旅游动机进行了深入细致地探讨。结果发现,增长见识、提高声望、增进人际关系、放松心情、寻求新奇是主要推动因素;而香港的高科技形象、消费活动、易进入性、服务质量、观光资源、文化联系等是主要拉动因素。需要指出的是,该文虽然旨在明确大陆民众赴港旅游动机,但由于作者的调查对象为清一色的广东游客,因而所得结论实际上仍为广东民众赴港旅游动机。

(二) 大陆民众赴港旅游动机

随着生活水平的提高以及闲暇时间的增多,大陆民众赴港旅游得到快速发展。游客来源不再局限于广东一省,而是广泛地分布于大陆各个省区。相应地,学者们的关注对象也由广东民众转向大陆民众全体。Huang和Hsu (2005)选取北京、广州两个主要的大陆民众赴港旅游客源地,以前者代表远程客源市场、后者代表短途客源市场,通过小组访谈的方式对27个赴港旅游动机进行了探讨。结果发现购物是大陆民众赴港旅游最主要的动机,其他动机还有增长见识、寻求新奇、观光游览、探亲访友、体验不同的文化和生活方式、家庭团聚和增进亲属关系等。

香港乃多功能旅游目的地。近年伴随其医疗旅游的发展,一些学者还关注了大陆赴港医疗游客的动机。由于这些医疗游客多为大陆赴港生育的年轻女性,她们的出游动机与真正追求康体休闲的医疗游客不同。Ye等(2011)的研究表明,大陆赴港医疗游客的动机主要有三个:一是逃避大陆“一对夫妇只生一个孩子”计生政策的处罚;二是为新生儿谋求香港永久的居民身份;三是分享香港在某些领域(如试管婴儿)拥有的先进医疗技术。

揭示大陆民众赴港旅游动机有助于香港采取有效措施满足大陆游客的潜在需要,但目前的研究仍然存在以下3方面不足:第一,研究所用的样本量偏少。Zhang和Lam (1999)的研究仅有105个有效样本、Huang和Hsu (2005)的讨论小组只有36个参与者、Ye等(2011)的调查才访谈了9个医疗游客。由于样本量较少,所得结论可能只反映了部分游客的动机,而不能一般化到研究对象总体。第二,调查地点局限于大城市。对大陆潜在游客的调查,学者们喜欢在北京、广州等大城市进行。然而大城市虽是大陆赴港旅游的主要客源地,但所得结论仅能反映大城市民众的信息,并不能由此推广到中小城市的民众。作为大陆赴港旅游的重要客源之一,中小城市的民众不应该被忽视。然而不幸的是,现有文献都没有关注这一群体。第三,缺少对旅游动机的跟踪研究。旅游动机并非一成不变,它会随着人们需要的变化而变化。但现有文献一般视其为静态,对“有没有变化以及发生了怎么的变化”缺少跟踪研究。

三、大陆民众赴港旅游感知

大陆民众赴港旅游感知是学者们关注的一个重点领域。和其他3个研究重点相比,围绕本重点取得的研究成果相对更丰富。就其内容而言,主要涉及大陆游客对旅游购物、医疗经历、导游服务、酒店服务、整个行程等5个方面的感知。

(一) 对旅游购物的感知

Heung和Cheng (2000)通过实际感知与先前期望的比较考察了大陆赴港游客对15个购物属性的满意情况。结果显示,他们对商店的灯光和物理环境、橱窗展示、营业时间、支付方式、可进入性等比较满意,对商品的可靠性不太满意。Wong和Law (2003)运用配对样本T检验比较了大陆游客对服务质量、商品质量、商品种类、商品价格等4个购物属性的期望与感知。分析结果显示,大陆游客对这些属性的实际感知均低于他们先前的期望。这种不一致在商品质量和商品价格两个属性上表现得尤为显著。Choi等(2008)对比了来自北京、广州、上海、深圳4个城市的自由行游客对香港的商品销售服务的实际感知,结果发现4地游客对商品销售服务的实际感知并无显著差异。

(二) 对医疗经历的感知

总体而言,大陆医疗游客对自己在香港的经历感到满意。只有少部分游客感觉受了歧视:一是医护人员没有提供令人满意的服务;二是与当地相比缺少足够的信息分享。Ye等(2011)的分析指出,这种

“歧视”感知可能源于两个方面：其一，部分医疗游客对香港的医疗服务抱有高的期望，而实际感知却低于其先前的预期；其二，一些医疗游客不懂粤语，医护人员因语言交流障碍未能依照对方的需要提供相应的服务。

（三）对导游服务的感知

Zhang 和 Chow (2004) 运用重要性 - 绩效分析模型 (importance - performance analysis model) 考察了大陆游客对香港导游服务的感知。他们先在文献回顾和预调查的基础上确定了 20 个与导游服务质量相关的属性，然后从大陆游客的视角通过 IPA 网格比较了这些属性的重要性和香港导游的工作实绩。分析结果显示，香港导游在守时、语言交流、尊敬客人、营造友好氛围、对目的地的了解等方面表现良好，但解决问题的能力不尽如人意。

（四）对酒店服务的感知

Heung (2000) 评估了大陆游客对 34 个酒店服务属性的期望、感知和满意程度，结果表明大陆游客对酒店的康乐设施、前台服务、客房环境、饮食卫生等 11 个属性比较满意，对酒店位置、客房服务以及员工的语言技能等 3 个属性不太在意，但对休闲设施、行包服务、交通安排、客房价格等 20 个属性表现出较大的不满意。为了明确大陆游客对酒店服务感知的潜在维度，作者运用主成分分析法从 34 个属性中提取了 8 个主要因子，即服务质量和价值、食品和饮料质量、辅助产品质量、核心产品质量、可靠性、辅助服务可得性、增值服务和便利性。

（五）对整个行程的感知

Qu 和 Li (1997) 研究了大陆游客对赴港旅游整个行程的感知。和其他学者的研究相比，Qu 和 Li (1997) 的研究考察了更广泛的范围，涉及购物、餐馆、酒店、交通、环境、吸引物、当地居民的态度等 7 个维度，包括价格、商品种类、服务质量、环境卫生等 33 个属性。研究结果表明，大陆游客对香港的交通、环境、旅游基础设施、当地居民的态度以及酒店、餐馆、商店提供的服务等非常满意，但对饮食、住宿、购物的价格等不太满意。

通过对以往研究成果的回顾，我们发现期望不一致理论 (expectation disconfirmation paradigm) 是学者们分析大陆赴港游客旅游期望、实际感知和满意程度的主要工具。由该理论可知，了解游客的实际感知对于旅游企业采取有效措施提高服务质量、增强游客满意度有重要意义。但现有的研究还存在以下 2 方面的问题：第一，研究的深度不够。多数研究止步于判断

大陆游客对某某属性是否满意的层面上，而对属性背后的潜在因子以及这些因子对大陆游客的总体满意水平有无显著影响、有多大程度影响缺少进一步的分析研究。第二，研究的广度不够。从旅游产品的类型看，大陆游客的消费涉及观光、休闲、美食、购物、游轮、会议、度假、医疗等多种类型。目前学者们只关注了大陆游客对购物、医疗两种类型产品的感知。至于大陆游客对其他类型产品的期望、感知和满意程度如何？学者们还没有将研究的触角伸及这些领域。

四、大陆民众赴港旅游消费行为

研究大陆民众赴港旅游消费行为的文献仅有 2 篇。从其研究的内容来看，一篇研究度假游客的消费行为，另一篇研究购物游客的消费行为。

（一）度假游客的消费行为

Wang (2004) 基于 634 个大陆赴港度假游客的调查数据，从停留时间、活动参与、消费模式等 3 个维度考察了出游次数与旅游和消费行为之间的关系。文章指出，与初游的度假游客相比，重游的度假游客在香港的停留时间更长。参加与当地文化和生活相关的各类活动更多。在购物、外出就餐、酒店住宿、当地交通等方面的消费支出更大。总的发现是，重游的度假游客较初游的度假游客对香港的经济贡献更突出。

（二）购物游客的消费行为

Choi 等 (2008) 以购买时装产品为例研究了大陆赴港自由行游客在购物模式、购物地点、品牌偏好、消费趋势、决策类型等方面的行为特征。研究结果显示，多数自由行游客偏好在交通便利的百货商店购买时装产品。佐丹奴、班尼路、堡狮龙等时装品牌最受他们欢迎，但一些不出名的时装牌子也同样受到青睐。由于自身的文化水平比较高，加上在新环境里存在规避风险的心理，自由行游客通常自行进行购买决策，很少依赖市场上的信息和售货员的推荐。

从现有的研究成果看，学者们运用的研究方法比较单一，主要是进行简单的描述性统计，研究的深度略显不足。验证性因子分析、结构方程模型等分析方法有助于研究的进一步开展，未来研究应强化这些方法的运用。就研究的内容而言，现有研究的覆盖面不广。度假、购物旅游市场不是大陆赴港旅游市场的全部，大陆客源市场可以分成不同的细分市场，未来研究应针对不同的细分市场进行研究。

五、大陆民众赴港旅游预测

改革开放之后，随着大陆经济的快速发展以及限制出境旅游政策的逐步放松，大陆民众赴港旅游得到

迅速发展 (Zhang & Qu, 1996)。据历年香港统计年刊资料,大陆赴港旅游人次自 1994 年以来均超过日本和中国台湾,是香港入境旅游中最大的客源市场。大陆客源市场的增长趋势及其市场地位,意味着对其进行预测具有重要意义。

为了开发大陆民众赴港旅游需求的预测模型,Qu 和 Lam (1997) 在文献回顾的基础上找出了可能影响大陆民众赴港旅游需求的 7 个外生变量,即大陆民众的人均可支配收入、香港和大陆的消费价格指数、人民币兑换港元的汇率、以及大陆签证政策的放松等 4 个虚拟变量。通过用 1984 ~ 1995 年大陆赴港旅游人次的年度时间序列数据对这些外生变量进行逐步回归发现,大陆民众的人均可支配收入和大陆签证政策的放松是最能解释大陆民众赴港旅游需求变化的两个外生变量。

Song 等 (2003) 基于 1973 ~ 2000 年的相关统计数据,以赴香港的旅游成本、大陆民众的收入水平、赴替代目的地的旅游成本、旅游目的地的口碑效应等为解释变量构建了一个大陆民众赴港旅游预测模型,并利用该模型对 2001 ~ 2008 年大陆赴港的旅游人次进行了预测。预测结果显示,2001 ~ 2008 年大陆乃香港入境旅游中最大的客源市场。该预测结果与后来大陆在香港入境旅游中的市场地位完全相符。

虽然学者们构建的大陆民众赴港旅游预测模型通过了统计上的各种检验,但现有研究仍然存在以下 2 方面的问题: 第一,没有将预测值与实际值进行比较。预测值越接近实际值,说明模型的预测性能越好。但学者们并没有对此作进一步的比较分析,使得模型的预测性能无法真实评判。第二,没有将模型与其他预测模型进行比较。常用的预测模型还有指数平滑模型、移动平均模型、神经网络模型等。与这些模型相比,学者们构建的回归模型在预测精度上是否更具竞争优势? 现有研究对此也未作进一步的比较分析。

六、总结与展望

伴随大陆民众赴港旅游的发展及其对香港经济贡献的增长,香港、美国等地旅游学者在这一领域做了很多研究,并形成了一批具有国际影响力的研究成果。本文按照大陆民众赴港旅游动机、旅游感知、消费行为、旅游预测等 4 个研究重点对现有研究成果进行了比较系统的梳理和回顾,并且指出了现有研究存在的不足。

根据对以往文献的梳理和回顾,我们认为今后对大陆民众赴港旅游研究还需要重点关注以下 4 个方

面。

第一,样本量的大小。学者们研究大陆民众赴港旅游所依据的资料,大多是他们通过市场调查获得的一手资料,具有较高的真实性和可靠性。但由于调查所得的样本量偏小,研究结论往往较难一般化到研究对象的总体。因此,在今后的研究中需要进一步改进调研方法,增强调研力度,增加有效样本量,提高研究结论的普适性。

第二,细分市场研究。在以往的研究中,学者们往往将大陆客源市场作为一个市场总体加以研究,以求探索该客源市场与其他客源市场的特征差异。事实上,虽然他们的研究取得了不少研究成果,但对大陆客源市场的各个细分市场缺少深入细致的研究。就市场规模而言,大陆民众赴港旅游无论现实市场还是潜在市场都是一个非常庞大的群体。保持并进一步开拓该客源市场不仅需要把握其整体特征,也需要把握其内部各细分市场的特征。因此,未来的研究还需对大陆客源市场进行细分,以探索各细分市场的特征及差异,为市场开发和营销等提供参考和指导。

第三,医疗保健市场研究。与印度、新加坡等医疗旅游目的地的兴起不同,香港的医疗旅游不是起源于追求康体保健的群体,而是一些大陆赴港生育的年轻女性 (Ye et al, 2011)。目前学者们的关注焦点也主要集聚在这些年轻女性身上。但是随着大陆计生政策的松动以及两地相关管理措施的出台,大陆民众赴港医疗旅游必将受到很大影响。因此,未来的研究焦点应该回归到真正追求康体保健的市场身上,以推动香港这个亚太地区新兴的医疗旅游目的地稳步、健康发展。

第四,自由行的负面影响研究。大陆实行赴港自由行政策之后,由大陆赴港的旅游人次快速增长。自由行市场与来自大陆的团体市场一起推动了香港入境旅游的发展 (Law et al, 2008)。但同时也带来了许多新的问题,比如商品价格上涨、城市拥挤程度增加、主客之间的矛盾增多等。目前学者们一般乐于考察自由行政策对香港产生的正面影响,负面影响方面的关注很少,公开发表的研究成果更是少见。对从理论上指导问题的解决贡献有限。因此未来还需要增强对该领域的研究力度。

参考文献:

- [1] Blanke J, Chiesa T. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 [M]. World Economic Forum, 2011: 14 - 20.

- [2]Choi T M , Liu S C , Pang K M et al. Shopping behaviors of individual tourists from the Chinese Mainland to Hong Kong [J]. *Tourism Management* ,2008 ,29(4) : 811 – 820.
- [3]Chow W S. Open policy and tourism between Guangdong and Hong Kong [J]. *Annals of Travel Research* ,1988 ,15(2) : 205 – 218.
- [4]Heung V C S. Satisfaction levels of Mainland Chinese travelers with Hong Kong hotel services [J]. *International Journal Contemporary Hospitality Management* , 2000 ,12(5) : 308 – 315.
- [5]Heung V C S , Cheng E. Assessing tourists' satisfaction with shopping in the Hong Kong Special Administrative Region of China [J]. *Journal of Travel Research* ,2000 ,38(4) : 396 – 404.
- [6]Hong Kong Census and Statistics Department. Hong Kong Annual Digest of Statistics (2011 edition) [M]. Census and Statistics Department ,2011: 224 – 225.
- [7]Hsu C , Crofts J C. Segmenting Mainland Chinese residents based on experience , intention and desire to visit Hong Kong [J]. *International Journal of Tourism Research* ,2006 ,28(4) : 279 – 287.
- [8]Huang S , Hsu C H C. Mainland Chinese Residents' Perceptions and Motivations of Visiting Hong Kong: Evidence from Focus Group Interviews [J]. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* ,2005 ,10(2) : 191 – 205.
- [9]Law R , To T , Goh C. How do Mainland Chinese travelers choose restaurants in Hong Kong? An exploratory study of individual visit scheme travelers and packaged travelers [J]. *International Journal of Hospitality Management* ,2008 ,27(3) : 346 – 354.
- [10]Mok C , Slater B , Cheung V. Residents' attitudes towards tourism in Hong Kong [J]. *International Journal of Hospitality Management* ,1991 ,10(3) : 289 – 293.
- [11]Qu H , Lam S. A travel demand model for Mainland Chinese tourists to Hong Kong [J]. *Tourism Management* ,1997 ,18(8) : 593 – 597.
- [12]Qu H , Li I. The characteristics and satisfaction of Mainland Chinese visitors to Hong Kong [J]. *Journal of Travel Research* ,1997 ,35(4) : 37 – 41.
- [13]Qu H , Zhang H Q. Hong Kong – a major urban tourism destination in South – East Asia [J]. *Journal of Vacation Marketing* ,1997 ,3(4) : 363 – 372.
- [14]Song H , Wong K K F , Chon K K S. Modeling and forecasting the demand for Hong Kong tourism [J]. *International Journal of Hospitality Management* , 2003 , 22(4) : 435 – 451.
- [15]Tasci A D A , Denizci B. Fashionable hospitality: A natural symbiosis for Hong Kong' s tourism industry? [J]. *International Journal of Hospitality Management* ,2010 ,29(3) : 488 – 499.
- [16]Wang D G. Tourist behavior and repeat visitation to Hong Kong [J]. *Tourism Geographies* ,2004 , 6(1) : 99 – 118.
- [17]Wong J , Law R. Difference in shopping satisfaction levels: a study of tourists in Hong Kong [J]. *Tourism Management* ,2003 ,24(4) : 401 – 410.
- [18]Ye B H , Qiu H Z , Yuen P P. Motivations and experiences of Mainland Chinese medical tourists in Hong Kong [J]. *Tourism Management* ,2011 ,32(5) : 1125 – 1127.
- [19]Zhang H Q , Chow I. Application of importance – performance model in tour guides' performance: evidence from Mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong [J]. *Tourism Management* ,2004 ,25(1) : 81 – 91.
- [20]Ye B H , Qiu H Z , Yuen P P. Motivations and experiences of Mainland Chinese medical tourists in Hong Kong [J]. *Tourism Management* ,2011 ,32(5) : 1125 – 1127.
- [21]Zhang H Q , Lam T. An analysis of Mainland Chinese visitors' motivations to visit Hong Kong [J]. *Tourism Management* ,1999 ,20(5) : 587 – 594.
- [22]Zhang H Q , Qu H. The trends of China' s outbound travel to Hong Kong and their implications [J]. *Journal of Vacation Marketing* ,1996 ,2(4) : 373 – 381.

(编辑校对: 韦群跃 孙黎波)